

平成26年1月23日

独立行政法人国民生活センター

婚活サイトなどで知り合った相手から勧誘される投資用マンション販売に注意!!

ーハンコを押す相手は信ジラレマスカ?ー

婚活サイトなどで知り合った相手から、将来のための財産形成や資産運用を口実に、いわゆるデート商法的な手口により、投資用マンションなどを購入してしまったという相談が、各地の消費生活センターに寄せられており、今年度に入って「消費者トラブルメール箱」にも寄せられるようになった。

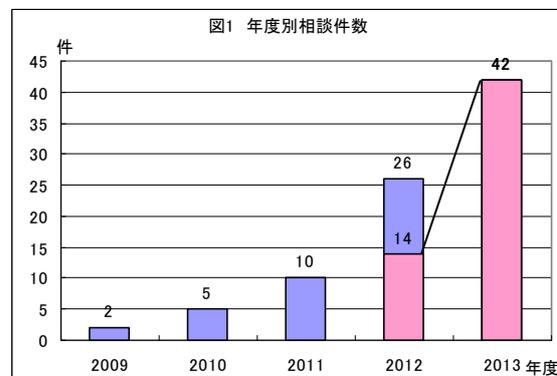
従来のデート商法と言え、異性の販売員が名簿などを基にアポイントを取り、デートのような状況を演出、恋愛感情を利用し、アクセサリや投資用ソフトなどを購入させていたが、今回のケースは、手口等がよりスケールアップしている。契約購入金額の大きさ、金銭被害にとどまらない消費者へのダメージなどから、手口を周知し、被害の拡大防止を目的に情報提供する。

1. PIO-NET²における相談の概要

(1) 相談件数

「婚活サイトなどを通じたデート商法によってマンションなどを購入した」という相談³は、2009年度以降85件(2013年12月31日までの登録分)となった。各年度とも、前年度の倍以上のペースで相談件数が増加している(図1)。

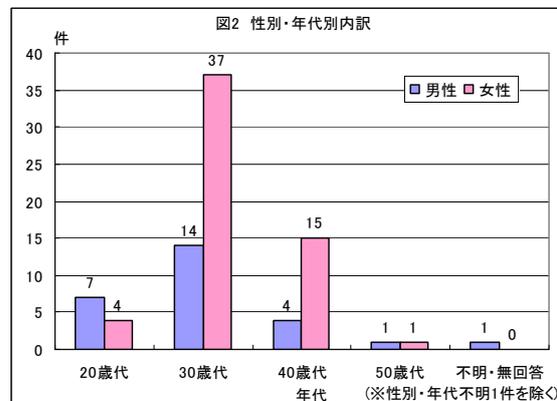
本年度も、すでに昨年度分(26件)を上回る相談(42件)が寄せられており、増加傾向は明らかである。



(2) 契約者の属性

①年齢・性別

契約者の平均年齢は35.1歳となっている。性別で見ると、女性が男性の2倍以上となっており、その中でも、特に「女性・30～40歳代」からの相談が集中する傾向がみられる(図2)。



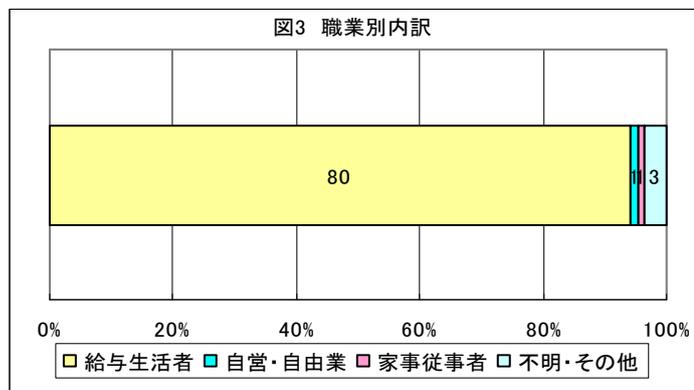
¹消費者被害の実態を速やかに把握し、同様な消費者被害の発生防止に役立てるため、国民生活センターが2002年4月からホームページ上に設置している情報収集システム(http://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box.html)。

² PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

³ 本件公表における相談件数や集計数値等は、PIO-NETに寄せられたデータから、この公表ため、特に精査したものである。

②職業別内訳

契約者のほとんどが給与生活者(80件・約94%)となっており(図3)、勧誘者側は、対象を前もってかなり絞り込んでいることが伺える。



(3) 契約購入金額

契約購入金額が確認できたケース(71件)でみると、1人当たりの平均額は約3012万円で、通常の消費生活相談(2012年度平均143万円、「消費生活年報2013」より)と比べ、かなり高額な事例が多い。

2. 主な相談事例

【事例1】婚活サイトで知り合った投資コンサルタントの男性を信じ、投資用マンションを契約

婚活サイトで知り合った男性と、数回会って食事をした。男性は投資コンサルタントをしていると言い、投資の話聞いた。資金運用の勧誘かと聞いたら、男性が急に怒り出して数時間口論になった。ケンカになったが、本音を言い合えたように感じ、男性を信じられるようになった。

「お金の使い方を教えてあげる」と言われ、後日会った時に「君にはマンション投資が向いている」と言われた。さらに詳しく聞くため、日を改めて男性の職場へ行くことになり、源泉徴収票を持ってくるよう言われた。男性から「節税対策、年金の足しにもなる。家賃保証もあって、借り手がいなくても大丈夫」と言われた。不安はあったが、男性を信じたい気持ちもあり、いくつかの書類にサインをした。女性社員が脇で録音しながら「これを買うと何かしてあげるなどのセールストークはなかったか」など確認していた。

数日後、男性と、マンション販売業者の事務所へ本契約のために出向いた。契約書にサインし、男性と売主業者と3人で銀行へ行き、融資の手続きをしたが、その後、男性と会っていない。

(2013年11月・30歳代・女性・給与生活者)

【事例2】婚活サイトで知り合った男性とデートを繰り返し「税金対策・年金代わり・個人的に面倒をみる」

と言われて契約、その後音信不通に

婚活サイトで知り合った男性とデートをした時、節税対策の助言と言われ、勤務先や収入等を聞かれた。次のデートで「節税対策、年金・生命保険の代わりにになるのでマンション投資がよい。個人的にも面倒をみる」と強く購入を勧められた。

3回目のデートで銀行審査の手続きを勧められ、4回目で銀行審査の手続きをした。この間、男性はいろいろな物件をメール等で紹介してきた。実際の契約は7回目に会った時で、ホテルに呼び出された。

この男性と直接契約するものと思っていたが、実際は、男性が連れて来た知り合いの人の会社との契約だった。「契約後、すべて面倒をみる」と言われていたので、確定申告の相談をしたら連絡が取れなくなり、契約が目的の詐欺だったのでは、と感じた。購入したマンションは、一度も見ていない。解約したいが可能か。

(2013年1月・30歳代・女性・給与生活者)

【事例3】 旅行の約束までした男性から勧められ、よく分からないままマンション契約。解約を迷っている間にクーリング・オフ期間を超過、男性とは疎遠に

去年、婚活サイトで金融に詳しいと言う男性と知り合い、食事をするようになった。「投資用マンションは確実にリターンが望める」と勧めてくるので、男性の勤務先で説明を受けた。

投資用マンションの説明は不明点が多く、質問してもはぐらかされた。よく理解できなかったがマンション購入の契約書に署名捺印し、白紙委任状まで作成した。男性と旅行の約束をし「昔からの知り合いみたい」と言われ、すっかり信用していた。銀行審査を受ける前、現在居住している住宅のローンを組んでいることは話さないよう口止めされた。

その後、不安感が増し、知り合いに相談したら、内容証明を書いてクーリング・オフするように言われた。しかし、キャンセルには解約料が必要だと思っていたことと、恋愛感情もあり、期間内のクーリング・オフはできなかった。

旅行は直前でキャンセルになり、預けた書類が届く頃には男性とは疎遠になっていた。不動産業者が倒産したら、空室になったらといろいろな心配だ。解約したい。

(2013年7月・30歳代・女性・給与生活者)

【事例4】 婚活パーティーで親しくなった女性に勧められ、マンションを相場より高く買わされた

去年、婚活パーティーに参加。そこで親しくなった女性に勧められ、2700万円の賃貸用中古分譲マンションを購入。販売業者の紹介で銀行の住宅ローンを契約し、入居者も紹介してくれたので家賃収入があり、満足していた。借家人が退去したので、サブリース契約をするつもりでいた。

その頃は女性を信じており、相場価格なども調べていなかった。先日、気になったのでマンション近くの不動産業者で相場を聞いたところ、約1000万円も高く買っていたことが分かった。

(2013年9月・30歳代・男性・給与生活者)

【事例5】 婚活サイトで知り合った男性を信じて「将来のために」とマンションを購入したとたん、連絡が途絶えた。売却を考えたものの市場価値は半値だった

婚活サイトで知り合った男性と何回か会ううちに、節税の話になった。「将来のために」とマンション購入を勧められた。「価格が急に下がることは無い」と言われ、購入後も「持っていれば損したりしない」の一点張りだった。

デートの時は優しく、時には叱責しっせきするような話しぶりで、心を操作された気がする。当時はデート商法であることに全然気が付かなかった。購入後は連絡が途絶えた。購入して半年後、マンション売却の見積もりを取ってみたら、市場価値は購入額の半値程度と分かった。

(消費者トラブルメール箱 2013年7月・30歳代・女性・給与生活者)

3. 相談の特徴

① 資金管理に詳しいと自称する相手が個人情報を詳細に把握して売り込んでくる(事例1・2・3)

多くのケースで、婚活サイトを通じて知り合った相手は、個人情報を把握した上で「投資コンサルタント」「ファイナンシャルプランナー」などを名乗り、資産管理の専門家のように振る舞って信頼させ、デートの中で、年収や勤務状況といった、より詳しい情報を聞き出している。

② 将来の生活設計をイメージさせて売り込んでくる(事例1・2・3・5)

デートなど交際を繰り返す中で、結婚を念頭にした将来の2人の生活を思い抱かせることにより、「資産運用・財産形成」、「節税」、「将来の年金代わり」などの手段として投資用マンション購入を持ちかけている。

③ 契約までの流れが、手回し良く進んでいる(事例1・2・3・4)

知り合った相手が直接的にマンションを販売するのではなく、「先輩」や「知り合いの不動産会社」など、信頼関係を強調して販売業者を紹介し、書面もそろっている状況でマンションの購入契約を締結させているケースが目立つ。

④ 相場より高額で購入しているケースも(事例4・5)

実際に購入したマンションについては、後日、契約者が別の不動産業者に確認してみたところ、相場より高額で購入しているとわかったケースも見られる。

4. 相談から見る問題点

①いわゆる「デート商法」の中でも、経済的・精神的被害が非常に大きい

婚活サイトなどの出会いの場で知り合った人から、結婚への期待感に付け込んだ投資用マンションなどの勧誘をされる。契約金額が大きく経済的負担も大きい。また、金銭面のみならず、手口に気づいた後の精神的なダメージも大きい。

②詳細な個人情報把握され、それに合わせた売り込みをかけられる

勧誘者は、マンション勧誘の目的を隠して婚活サイトに入り込み、対象者(契約者)の年齢、勤務先(収入)、資産状況、消費性向などを事前に十分把握した上でアプローチし、デート商法的な手法でマンション勧誘を行っている。

③発覚が遅れがちであり、契約解除が困難

恋愛感情や結婚への期待などから、問題の発覚が遅れがちであり、クーリング・オフなどを用いた解約が困難となっているケースが多い。

5. 消費者へのアドバイス

①目的外のアプローチに注意する。問題は一人で抱え込まないこと

結婚を目的とする婚活サイトなどを通じて知り合った人から、高額なマンションなどの購入といった、本来の目的以外の勧誘や提案を執拗に受けたら注意する。

一人で悩まず、家族や消費生活センターに相談し、出会いのきっかけとなったサービス提供事業者にも相談する。

②マンション購入は、返済計画や購入後の運用コストもふまえ、慎重な判断が必要

マンションなどの不動産購入に関する契約は、クーリング・オフが適用されるケース⁴以外の解約は、困難なことが多い。長期・高額のローンを組むことが多いので、返済や運用の計画も見据え、慎重に検討する必要がある。契約は、購入価格のみならず、その後に負担するコストも含め、希望的・楽観的な発想は捨てて、慎重に検討すること。

③公開、開示する個人情報の内容や閲覧範囲に注意する

婚活サイトにおいては、プロフィール情報の掲載方法や書き方について、担当者とよく相談する。SNS等のソーシャル系サービスにおいては、掲載するプロフィールや日記などの公開範囲・内容に注意する。また、必ずしも信頼できるとは限らない不特定多数の人が閲覧できる項目に、必要以上にプライベートな情報、あるいはそれらにつながるような情報を掲載しないようにする。

6. 情報提供先

消費者庁消費者政策課
内閣府消費者委員会

⁴(宅地建物取引業法第37条の2) 宅地建物取引業者が、事務所等以外の場所で契約を行った場合、原則として消費者は書面によりクーリング・オフを行うことができる。ただし、クーリング・オフに関する書面交付と説明を受けてから8日間が経過した後や、マンションの引渡しを受けて代金を全額支払っている等の場合は、クーリング・オフを行うことができなくなる。